Vendredi 25 octobre, 14h30-17h

Les conditions d'une réussite technologique, économique et culturelle de la Télévision Numérique Terrestre

Après avoir modifié en profondeur les filières cinématographique et audiovisuelle de production et permis le développement du câble et du satellite, la technologie de numérisation (codage informatique des images et des sons) s'apprête à bouleverser l'univers de la télévision hertzienne. La numérisation permettra de diffuser sur la bande passante des canaux hertziens réservés à la télévision **jusqu'à 36 services de télévision** (des programmes ainsi que des nouveaux services, de type guide électronique…) **au lieu de sept actuellement** (Arte et France 5 partageant la même fréquence).
Cependant, le lancement de la TNT s'assimile à "*un décollage sous conditions*" car "*il obéit en effet à une savante combinaison de formules juridiques, techniques, industrielles, économiques et stratégiques, dont personne ne saurait affirmer qu'elles sont à ce jour stabilisées*"[1]. La France a observé les expériences de ses voisins et y a même participé, mais aucun exemple n'est directement transposable, chaque contexte étant particulier (soit marqué par la place des autres modes de diffusion, soit par les situations de concurrence, soit encore par la volonté des pouvoirs publics).

I) La TNT, mode d'emploi

a) Comment ça marche ?

La technologie numérique correspond à une forme de **compression de l'image et du son** sous forme de codage numérique[2]. Cette opération permet de réduire à l'extrême le poids des informations à diffuser et donc de les multiplier.
Dans le cas du numérique hertzien, on ajoute une phase de **multiplexage** qui consiste à mixer jusqu'à six programmes sur un seul canal. Six canaux étant disponibles, la TNT pourra donc offrir un maximum de 36 chaînes. A ce stade, on peut introduire également des services interactifs ou des fonctionnalités du type cryptage ou paiement à la séance.
L'émission de ces signaux est assurée par des **émetteurs terrestres et non satellitaires**, d'où le nom de «télévision numérique de terre ». La TNT empruntera donc les relais de télévision existants. Un parc qu'il s'agira de rénover et de renforcer par l'implantation de nouveaux pylônes.
La réception de la TNT : antennes, décodeurs et téléviseurs numériques
La plupart des antennes hertziennes classiques pourront recevoir la TNT sous réserve, dans un certain nombre de cas, d'une intervention destinée à les adapter à la réception des nouvelles fréquences numériques.
Pour recevoir les chaînes diffusées en numérique hertzien, **les téléspectateurs devront s'équiper d'un décodeur (évalué à 150 euros) ou faire l'acquisition d'un téléviseur numérique.**

---

[1] Gérald Ganascia, dans son article "Un décollage sous conditions", in Les Dossiers de l'Audiovisuel n°98 juillet - août 2001, *Quel avenir pour la télévision numérique terrestre?* , INA, Documentation Française.
[2] On définit traditionnellement la technologie **numérique** par opposition à la technologie **analogique**. Le mode de représentation d'une information sous forme d'un signal électrique continu et proportionnel caractérise la technologie analogique alors qu'un signal sous forme de valeurs discrètes (addition de bits) caractérise le numérique. Toutes sortes de données (texte, photo, son, vidéo) ont ainsi été numérisées. C'est le cas aussi en télévision où toute la chaîne de fabrication est en train d'être numérisée : production, diffusion et réception.

Ainsi, à terme, 80 % de la population française pourra recevoir, grâce à l'ajout d'un simple décodeur à son téléviseur, entre cinq et six fois plus de chaînes qu'actuellement, et ceci sans liaison câblée ni équipement de réception satellitaire.
Une partie des chaînes sera accessible gratuitement, les autres seront payantes et feront l'objet d'un abonnement.

b) L'intérêt de la TNT

Pour le téléspectateur : l'amélioration de l'image et du son, l'accès à un plus grand nombre de programmes sans l'obligation d'installer une parabole (satellite) ou d'être dans une région câblée, la portabilité[3], l'interactivité.

Pour les industries cinématographiques et audiovisuelles : Le principe de localisation : l'intérêt réglementaire de la TNT (par rapport au satellite par exemple) est de permettre de localiser les fréquences sur le territoire français et d'être soumise au régime juridique le plus strict, celui de l'autorisation qui emporte les obligations les plus fortes à l'égard de la création cinématographique et audiovisuelle. De plus la TNT doit permettre l'arrivée de nouveaux opérateurs et théoriquement augmenter les possibilités de financement et la diversité des programmes.

Pour les pouvoirs publics, le développement de la TNT est le moyen de combler en France le retard qui existe concernant le nombre de foyers ayant accès à une offre élargie et diversifiée (c'est à dire au moins 15 chaînes). Dans une étude réalisée par le CSA sont soulignés,

- la stagnation des intentions d'abonnement des foyers au câble ou au satellite.
- le fait que les individus qui bénéficient de l'offre élargie regardent plus la télévision, une logique ascendante qui signifierait que l'augmentation de l'offre n'entraîne pas une saturation de l'écoute.
- Enfin, le câble, le satellite et le haut débit ne seraient pas en mesure, même à moyen terme, de démocratiser l'accès à une offre élargie de télévision.

C'est pourquoi il existe à priori une place légitime pour la TNT, mais pour le CSA, celle -ci doit être une offre complémentaire et non concurrentielle par rapport au câble et au satellite.

c) Le calendrier de la TNT

La loi du 1er août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a confié au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) le soin d'organiser le lancement de la TNT, notamment l'attribution des fréquences et a fixé les principales modalités du déploiement de la TNT.
C'est sur cette base de cette loi que le CSA a lancé le 24 juillet 2001 l'appel à candidature pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique.

Les auditions publiques de 65 des **66 candidats déclarés recevables**[4] le 9 avril 2002 se sont donc déroulées au siège du CSA durant la deuxième quinzaine du mois de juin.

A la suite des auditions, le CSA a repris l'examen des dossiers, et la liste des chaînes retenues sera publiée d'ici le 31 octobre 2002.

---

[3] La portabilité est une opportunité qui est abordée avec plus de prudence : cette technique, idéale dans l'absolu et qui permet de recevoir la télévision partout dans la maison à l'intérieur comme à l'extérieur, au moyen d'une antenne intégrée dans le téléviseur (ou jointe au récepteur), se révèle être coûteuse en termes d'infrastructures de diffusion puisqu'elle nécessite des relais complémentaires aux émetteurs principaux. Ainsi, la question est de savoir s'il existe un risque ou non à mettre l'accent sur cet atout alors que les infrastructures ne sont pas prêtes.

[4] Voir en annexe la liste des candidats recevables et auditionnés.

Une fois les conventions signées et les autorisations délivrées, et après l'attribution de la ressource radioélectrique aux services édités par les entreprises relevant du secteur public, le Conseil procédera à l'autorisation des opérateurs techniques de multiplex, à partir des propositions présentées conjointement par les éditeurs présents sur un même multiplex.

d) la structure de l'offre de programmes de la TNT

La logique du CSA repose sur trois dimensions :

- respecter un équilibre entre chaînes payantes et chaînes gratuites (le CSA a indiqué, à plusieurs reprises, qu'il estimait que la répartition entre **gratuit et payant** devrait conduire à l'**équilibre** entre les deux types de services, soit environ 15 chaînes gratuites et 15 chaînes payantes) ;
- permettre une diversité de l'offre grâce à la présence des chaînes publiques et des chaînes locales et régionales ;
- réserver une place aux acteurs actuels du paysage audiovisuel tout en permettant l'arrivée de « nouveaux entrants ».

Combien de chaînes ? 33 chaînes

Combien de chaînes publiques ? de 5 à 8

Le secteur public disposera d'au moins cinq chaînes (France 2, France 3, France 5, Arte et La Chaîne parlementaire) et peut-être de trois supplémentaires (rediffusion, information, régionale) suivant les moyens financiers que lui accorderont les pouvoirs publics.

Combien de chaînes locales ou régionales ? 3 chaînes

Il reste donc 22 à 25 services de télévisions privés à vocation nationale à autoriser

Les chaînes réservées : 6 chaînes

Les opérateurs historiques privés (TFI, M6, Canal Plus) disposent d'un accès prioritaire aux fréquences de la TNT, d'une part pour la reprise du programme actuellement diffusé en analogique, d'autre part pour un second programme défini par eux.

Combien de chaînes à choisir ?
la TNT comportera 16 à 19 nouveaux entrants.

- 25 candidats pour les chaînes gratuites (liste en annexe)
- 40 candidats pour les chaînes payantes (liste en annexe)

Aucune entreprise privée ne pourra directement ou indirectement disposer de plus de cinq canaux.

II) L'équation de la TNT

a) L'inconnue technique

La diffusion : combien de temps prendra le réaménagement technique des sites de diffusion et qui le financera alors qu'il est évalué par le CSA à 150 millions d'euros ? Les opérateurs (nouveaux, historiques) ? L'Etat (création d'un fonds de soutien) ? Un financement mixte opérateurs / Etat ? Le monopole de facto de TDF en analogique se reportera-t-il sur la TNT ? Si de nouveaux opérateurs techniques se présentent, dans quelles conditions financières pourront-ils s'installer sur les sites de TDF ?

Le multiplexage : l'opération de multiplexage est indispensable à la TNT : elle consiste à organiser la « cohabitation » des programmes regroupés sur un canal (5 à 6 chaînes) et à assurer la gestion technique optimale du canal tout au long du temps de diffusion en fonction de la nature du programme diffusé [5]. Situés entre la source de l'émission de télévision et l'émetteur principal qui va diffuser vers les antennes

[5] La gestion optimale de la bande dans le multiplex est cruciale pour la TNT, les services interactifs étant de grands consommateurs de bande passante.

des téléspectateurs, les multiplexeurs seraient physiquement installés dans une tête de réseau, ce qui suppose l'aménagement d'espaces spécifiques à l'intérieur ou à proximité de ce site, et pose la question du schéma technique à adopter (hypothèse d'une tête de réseau au niveau national, qui sera ensuite relayé par une tête de réseau régional pour intégrer les programmes régionaux).

La réception : les antennes : la planification retenue par le CSA a été fondée sur la volonté d'assurer la compatibilité avec le parc d'antennes existants dans les zones de couverture, et de permettre l'initialisation de la TNT sans remplacement ou intervention sur les antennes. Mais en pratique, il s'avère que toutes les antennes ne pourront pas directement ou immédiatement recevoir la TNT.

Les téléviseurs numériques : la question est de savoir quelles devront être les caractéristiques du téléviseur numérique pour que la parc de téléviseurs numériques remplace peu à peu le parc analogique.

Le coût, la normalisation et à la standardisation des décodeurs et logiciels de contrôle d'accès et d'interactivité. En dehors du prix psychologique d'un décodeur (autour de 150 euros) l'enjeu de la normalisation est important du point de vue de l'interopérabilité et ce alors qu'il n'existe pas encore de norme établie concernant l'interactivité.

b) Les incertitudes liées aux opérateurs du multiplexage et au distributeur

La nouvelle donne du multiplexage.

Le numérique modifie profondément la donne : on ne parle plus de fréquences ou de canal, mais de multiplex. En effet l'opérateur du multiplexage est autorisé à réduire le débit de certaines chaînes en fonction de leur contenu. Il faudra donc qu'en même temps qu'elles sont autorisées à être diffusées dans un multiplex, les chaînes se mettent d'accord sur l'opérateur de multiplex.

Selon le rapport du Directeur général de la Concurrence (rapport Gallot) il conviendrait de garantir l'impartialité et la transparence de la gestion technique et financière de l'opérateur de multiplexage, notamment s'il est lié à un éditeur de chaîne ou à un distributeur. Pour cela, le rapport avance plusieurs recommandations : la nécessité de poser des conditions financières et économiques transparentes et non discriminatoires pour la facturation de son service, l'élaboration d'un cahier des charges précis dès que possible entre tous les intervenants du multiplex pour essayer de prévenir les litiges, la nécessité de rendre compte au CSA des difficultés rencontrées lors des opérations de multiplexage.

Le distributeur

Le rôle du distributeur commercial des chaînes payantes sera essentiel pour l'introduction et le développement de la TNT. En effet, il est appelé à participer en force à l'initialisation de la TNT, notamment en réalisant les investissements nécessaires pour la mise à disposition des décodeurs auprès de ses abonnés. Les distributeurs ne sont pas soumis à une autorisation de la part du CSA. Ils devront simplement faire l'objet d'une déclaration auprès de l'instance de régulation. Une fois ces déclarations enregistrées, le Conseil s'assurera de l'existence d'accords sur l'interopérabilité des systèmes d'exploitation. Quelle entreprise est aujourd'hui susceptible en France de jouer un tel rôle et de mobiliser les capitaux nécessaires ? Un opérateur de télévision payante (Canal +, TPS), un opérateur de télécommunications (France Télécom, Cégétel, Bouygues Télécom) ?

Or cette question de la distribution est peu définie par la loi du 1er août 2000. D'après la loi, le distributeur commercial doit être une société distincte des éditeurs et doit effectuer une déclaration préalable auprès du CSA[6]. Cependant, la loi n'en dit pas plus sur l'organisation commerciale de la distribution des chaînes payantes de la TNT. La grande question est donc de savoir qui va commercialiser les chaînes payantes, et de savoir s'il doit y avoir un ou plusieurs distributeurs.

Au Royaume-Uni, où les autorités de concurrence ont interdit au bouquet satellite BskyB d'être actionnaire de la société de la commercialisation de la TNT (ITVDigital), cette dernière a ainsi été acculée à la faillite. En Espagne, où cette commercialisation a été confiée à un opérateur (Quiero) n'ayant pas de savoir-faire dans ce domaine, l'échec a également été total. En l'état actuel de la jurisprudence à laquelle se réfère la Commission européenne, Canalsatellite ne pourrait être l'unique opérateur de la TNT

---

[6] Cette déclaration doit comporter la composition et la structure de l'offre de services, ses modalités de commercialisation, l'équilibre économique des relations avec les éditeurs de services et la composition du capital de la société.

à péage, ni créer une société commune avec TPS. Reste donc à savoir quelles éventualités ouvrent la perspective de deux opérateurs ayant chacun l'exclusivité sur certaines chaînes.

III)Comment la TNT s'inscrit-elle dans le paysage cinématographique et audiovisuel français ?

Au regard du rôle particulier des chaînes de télévision en matière de financement de la production audiovisuelle et cinématographique, le lancement de la TNT suscite des controverses liées aux risques de déstabilisation qu'il ferait courir aux acteurs actuels du paysage audiovisuel et à la réglementation et ce dans un contexte caractérisé par une morosité du marché publicitaire et une fragilité économique structurelle.

Quelle offre de programme pour quels téléspectateurs ? Elargissement du marché et complémentarité ?
Il existe plusieurs cas de figure concernant l'intérêt que les foyers français sont susceptibles de porter au numérique terrestre par rapport au câble et au satellite. Il existe un vivier de 11,5 millions de foyers (source BIPE) qui ne reçoivent que les six chaînes en clair analogiques, et qu'il faudra donc convaincre des « plus » de la TNT. Les foyers qui ne peuvent pas recevoir une offre payant par câble ou satellite pour des raisons techniques sont quant à eux potentiellement plus intéressés par la TNT. Par ailleurs, dans un contexte où il y a des déçus du câble et du satellite, la TNT pourrait donner une impulsion nouvelle au marché, à condition de répondre aux attentes, notamment en termes de contenu. Le prix de l'abonnement sera aussi bien-sûr un élément décisif. Enfin, pour les réfractaires à tout abonnement à la télévision, l'offre gratuite de la TNT peut constituer un levier d'abonnement à l'offre payante de la TNT. Cette diversité des attentes des téléspectateurs mérite d'être étudiée et clarifiée afin de déterminer la structure de l'offre de la TNT.
Le **« simulcast »** qui suppose que les chaînes du réseau analogique hertzien émettent en numérique terrestre semble en effet être le facteur déclencheur de l'équipement des foyers. L'engagement des chaînes hertziennes en faveur du numérique terrestre serait ainsi une condition du succès de ce mode de diffusion, à défaut de quoi la migration du parc de téléviseurs de l'analogique vers le numérique serait beaucoup plus lente[7]. La question sera donc de savoir si ce simulcast, associé aux qualités techniques de la TNT sera une incitation suffisante à l'achat de téléviseurs, et de voir dans quelle mesure il convient d'élargir le « service universel » c'est à dire l'offre de programmes gratuits. Ainsi, l'enjeu pour le CSA est de déterminer le contenu de cette offre gratuite, qui sera composée de chaînes publics et privées, et qui pourra être constituée de chaînes nouvelles ou du multiplexage de chaînes existantes.
De ceci découle la place de **l'offre commerciale**, c'est à dire l'importance des programmes payants par rapport à l'offre gratuite. Si l'offre gratuite peut être le facteur déclencheur, l'offre payante devra être en mesure d'accélérer l'initialisation de la TNT. La question reste celle de la structure de l'offre commerciale. D'après le rapport Gallot, le ou les distributeurs des chaînes payantes devront rendre en compte, dans la limite des choix effectués par le CSA les attentes des téléspectateurs et se fonder sur les expériences du câble et du satellite. La réglementation devrait en particulier contribuer à structurer l'offre commerciale notamment en séparant la commercialisation des chaînes cinéma des autres chaînes. La question qui se pose ensuite est de savoir s'il faut un seul bouquet ou s'il est préférable de segmenter l'offre en plusieurs mini-bouquets, voire laisser le téléspectateur composer librement son bouquet et s'abonner s'il le souhaite à une seule chaîne. Le rapport souligne à cet égard que les avis sont partagés, la question s'appréciant différemment si l'on se place du point de vue de l'éditeur et du distributeur, ou de celui du téléspectateur. Certains opérateurs considèrent qu'il faut laisser au téléspectateur la plus grande liberté et la plus grande souplesse possible : modularité de l'offre, avec une grande facilité d'accès aux matériels de réception et une simplicité dans les abonnements, seraient ainsi la clef du succès auprès des consommateurs. D'autres estiment en revanche que la fragmentation de l'offre commerciale risque de fragiliser les chaînes nouvelles de moindre notoriété.

---

[7] Cette analyse rappelle à quel point le soutien des chaînes hertzienne actionnaires a été essentiel dans le succès de Canalsatellite et de TPS.

Quel équilibre économique pour les éditeurs ?

Les coûts : Les grandes chaînes généralistes sont en mesures d'absorber le coût de diffusion (qui se situerait, pour une couverture de 75 à 80% de la population, entre 4,5 et 6 millions d'euros soit 5 à 6 fois plus élevé que celui d'une diffusion par câble ou satellite). Ce coût, quoique sensiblement inférieur à celui de la télévision hertzienne analogique, s'ajouterait pour elles à celui-ci. Les autres chaînes, et notamment les nouvelles chaînes, gratuites ou payantes (et en particulier les chaînes thématiques), auront sans doute plus de difficultés. Ce problème devrait se poser notamment en phase de démarrage quand les recettes sont encore difficiles à évaluer.

Le coût pour les chaînes se traduira aussi par **l'achat de programmes**. Pour le CSA, la TNT est l'occasion de donner un nouveau dynamisme à l'industrie des programmes, même si ce contexte de concurrence accrue n'est pas sans poser des questions et notamment le risque de faire de la TNT une sorte d'Hollywood Boulevard créant un appel d'air pour les programmes Nord-américain. Certains s'interrogent notamment au sujet des chaînes thématiques en rappelant que la plupart d'entre elles acquièrent leurs programmes à l'extérieur, le prix de ces programmes augmentant en fonction du nombre d'abonnés. La marge sur ces nouveaux abonnés risque donc d'être réduite surtout si du fait de la concurrence, le prix reçu par abonné diminue. Pour les fournisseurs de programmes, en revanche, l'élargissement du marché ne peut être que positif, et ils auraient avantage à ce que les chaînes existantes augmentent leur chiffre d'affaires en assurant leur rentabilité plutôt qu'à avoir plus de chaînes au chiffre d'affaires limité et à la rentabilité problématique. Cette même analyse conclut à ce titre que l'un des critères de choix du CSA pourrait être l'apport de ces chaînes à la production.

Les recettes

Le **financement public** est indispensable à la création de chaînes du service public accessibles à tous et susceptibles de constituer sans ponctionner le marché publicitaire une offre attractive de nature à susciter l'adhésion du public à la TNT. Toutefois, la récente décision du gouvernement de ne pas augmenter la redevance télévisuelle fait douter d'une véritable volonté politique de donner au service public les moyens financiers de développer de nouvelles chaînes sur le TNT.

Les **ressources publicitaires** des chaînes gratuites et les chaînes locales : la récession actuelle du marché publicitaire, conduit à s'interroger sur la capacité de la TNT à générer des ressources publicitaires qui ne pourront être effectives que si l'audience des chaînes, et en particulier les nouvelles chaînes, est significative. Cela implique que l'initialisation de la TNT soit effective dans le plus grand nombre de foyers possible. Ce problème est d'ailleurs au cœur de la problématique en ce qui concerne les futures chaînes locales. Le marché publicitaire est un marché difficilement prévisible, et on constate aujourd'hui, s'agissant de la publicité télévisée, une forte concentration des investissements publicitaires sur les chaînes hertziennes (voir rapport Gallot). Pour certains analystes, l'arrivée de la TNT peut entraîner un élargissement de l'offre d'écran susceptible de permettre à de nouveaux annonceurs d'accéder à ce support. Mais beaucoup d'opérateurs préconisent de lever, au moins partiellement, les interdictions de la publicité télévisée qui subsistent pour certains secteurs (presse, distribution, cinéma, livre). Le gouvernement français a décidé de lancer une « large consultation » sur cette question qui a valu à la France une mise en demeure de la Commission européenne[8].

Les **recettes tirées de la rémunération versée par les éditeurs** sont quant à elles un enjeu propre aux chaînes payantes. Les éditeurs de chaînes payantes perçoivent une rémunération des distributeurs basée principalement sur le nombre d'abonnés. Le rapport Gallot rend compte de la crainte des éditeurs de voir cette rémunération baisser dans le cas d'une diffusion parallèle de leurs programmes sur les trois modes de diffusion (résultat d'une consultation). Cette baisse, déjà observée sur le câble et le satellite, résulterait d'un rapport de force déséquilibré entre les éditeurs et les distributeurs commerciaux. Compte tenu du coût de diffusion plus élevé sur la TNT par rapport au câble et au satellite, ceci conduit certains éditeurs à souhaiter une rémunération supérieure pour la TNT, et à réclamer un dispositif d'encadrement des rémunérations des éditeurs par les distributeurs sur les différents supports de diffusion.

---

[8] Le Ministère de la Culture, dans sa réponse à Bruxelles, souligne que le décret relatif aux secteurs interdits visait à *« maintenir la diversité de l'offre culturelle ainsi que le pluralisme des médias en contribuant à préserver les équilibres concurrentiels et les ressources publicitaires des médias d'opinion »*. Le Ministère note également que « *l'apparition de nouveaux modes de communication audiovisuelle conduit toutefois certains acteurs à réclamer une évolution de cette réglementation.* », Libération, 27 septembre 2002.

Conclusion générale

Au delà de toutes nos interrogations l'analyse du lancement de la TNT doit s'inscrire dans une réflexion plus large :

- à court terme, va-t-elle conduite à une modification de l'offre audiovisuelle (fusion des bouquets satellitaires, rationalisation de l'offre des chaînes du câble et du satellite) ?
- Mais l'étude de sa viabilité s'inscrit aussi dans la perspective plus large de la migration numérique totale (c'est à dire toute plate-forme de diffusion confondue, câble, satellite, terrestre), donc dans la perspective de la fin de la diffusion analogique. L'étude publiée par le BIPE (pour la Commission européenne) fait de cette mise en perspective le principe même de son analyse de la TNT. En effet, les mesures à prendre pour faciliter les conditions de réussite de la TNT dépendent de la manière dont les pays envisagent la migration numérique. Selon cette analyse, il convient en effet de savoir si l'extinction de l'analogique n'est envisagée que comme le résultat, à long terme, du jeu des forces du marché (une technologie meilleure en remplace une autre) ou si la fin de l'analogique doit être un objectif. Dans ce deuxième cas, cela justifierait l'accélération du développement et la définition d'une intervention publique adaptée et comblant les lacunes du marché.

Service Etude de l'ARP

Lien avec le site du CSA : www.csa.fr

Annexes

- Annexe 1 : Télévision numérique terrestre, l'analyse de l'ARP
- Annexe 2 : Liste des candidats recevables
- Annexe 3 : Sources bibliographiques

Annexe 1

Télévision Numérique Terrestre L'analyse de l'ARP

Rendez-vous CSA, mardi 1er octobre

L'analyse de la TNT pour le secteur cinématographique doit se faire en prenant en compte trois dimensions :

- d'une part le niveau d'investissement des chaînes (les éditeurs) dans les programmes (déterminé par leur ligne éditoriale, leur chiffre d'affaires, leurs obligations d'investissements),
- la diversité des chaînes (éditeurs) permettant de refléter la diversité de l'offre cinématographique,
- la capacité des pouvoirs publics à faire respecter la réglementation.

Ainsi, en matière cinématographique, une nouvelle technologie de diffusion n'a aucune valeur en soi, elle ne doit s'apprécier qu'au regard de ses conséquences sur les trois dimensions ci-dessus.

I) Les caractéristiques économiques et réglementaires de la TNT

- Le principe de localisation : l'intérêt réglementaire de la TNT est de permettre de localiser les fréquences sur le territoire français et d'être soumise au régime juridique le plus strict : celui de l'autorisation qui emporte les obligations les plus fortes à l'égard de la création cinématographique et audiovisuelle.

- De plus la TNT doit permettre l'arrivée de nouveaux opérateurs et nous sommes par principe favorables à une augmentation des possibilités de financement et de choix de programmes.

Ces déterminants favorables doivent être nuancés par la prise en compte d'incertitudes techniques qui ne sont pas de notre ressort- et à l'absence de visibilité quant au financement des nouveaux opérateurs. Or l'attractivité de la TNT, en dehors de ses caractéristiques techniques repose sur l'offre de programmes et pose donc la question des différents projets de chaînes, de leur contenu et de leur financement.
En effet, loin d'être homogènes, les différents projets de chaînes diffusés sur la TNT peuvent être regroupés d'un point de vue analytique de la façon suivante :

- les chaînes payantes : ce sont des chaînes diffusées aujourd'hui en analogique (pour Canal +), par satellite (les chaînes des bouquets Canal Satellite et TPS) et sur le câble et le satellite (thématiques, chaînes payantes de Canal +). Pour certaines de ces chaînes - celles qui sont à l'équilibre économique ou qui n'en sont pas très éloignées - nous nous situons dans une logique soit de transfert (des abonnés analogiques de Canal + vers le numérique hertzien) soit d'élargissement du marché potentiel. Les différents éditeurs de chaînes ne perçoivent pas un tel transfert de la même façon :

- pour Canal +, le transfert des abonnés analogiques vers le numérique s'effectue en complémentarité avec la diffusion du bouquet Canal Sat et permet d'effectuer un saut technologique,
- pour TPS, ce mode de diffusion complémentaire permet d'élargir son marché grâce à une technologie de substitution mais avec des surcoûts alors que cette chaîne n'est pas à l'équilibre économique,
- pour les chaînes thématiques et suivant leur positionnement (logique de niche ou cible plus large), l'équation économique résulte de la comparaison du surcoût de diffusion et de l'élargissement de leur marché. Une telle équation est difficile à résoudre pour des chaînes aux audiences très fragmentées (cf. étude Médiamétrie) répondant difficilement à la maximisation des calculs en terme de GRP.

- les chaînes gratuites financées par la publicité : en fonction de la montée en puissance de la TNT en terme de couverture, deux cas de figure sont envisageables :
- pour les chaînes généralistes existantes, leur audience sera transférée d'un mode de diffusion analogique à un mode de diffusion numérique. Leur seule préoccupation est de savoir si leur audience - qui détermine leur chiffre d'affaires publicitaire - ne sera pas affectée par le développement de la TNT et en particulier l'arrivée de nouveaux entrants,
- pour les "nouveaux" entrants, le propos est de développer dans un environnement très concurrentiel et à capter à terme une audience nécessaire à la génération de ressources publicitaires pour atteindre l'équilibre économique (sauf pour les chaînes de service public). Il apparaît pertinent de considérer que ces "nouveaux" entrants ne pourront être qu'adossés à des groupes puissants susceptibles de supporter à moyen terme de lourdes pertes.

- les chaînes gratuites du service public : leur financement par la redevance et une contribution spécifique du budget de l'Etat leur permet d'échapper en partie aux contingences de l'équilibre économique.

Le lancement de la TNT a été annoncée dans une période caractérisée par trois éléments qui ont notablement changé :
- L'euphorie de la dépense publicitaire liée à la bulle Internet et à la forte croissance de l'économie française. Ces temps sont révolus et les grandes chaînes hertziennes sont confrontées à une stagnation de leurs ressources. Dans ce contexte l'arrivée de nouvelles chaînes peut être profondément déstabilisant en créant un effet de ciseau bien connu : augmentation sous l'effet de la demande des coûts de programmes – diminution des ressources du fait d'une compétition plus forte auprès des annonceurs se traduisant par de forts rabais.
- Une bonne santé du groupe Canal + et ses prédispositions à devenir l'opérateur de référence la TNT (expérience, capacités financière). La liquidation d'actifs périphériques associée au recentrage de Canal + sur son métier de base ne laisse pas présager le développement d'un nouveau métier.
- Une parfaite visibilité quant à la capacité du service public d'être un des opérateur phare de la TNT. Elle est aujourd'hui remise en cause par la rigueur budgétaire.

Dans ce nouveau contexte, nous pourrions assister à une déstabilisation du paysage audiovisuel (déjà analysée lors de l'arrivée de la 5) focalisé
- sur la déstabilisation, au travers du déséquilibre du marché publicitaire, des opérateurs actuels qui en clair ou en crypté apportent l'essentiel des financements télévisuels de la création cinématographique et audiovisuelle
- la remise en cause de la réglementation, les nouvelles et les anciennes chaînes faisant pression pour obtenir un allègement de leurs obligations

- la création d'un Hollywood Boulevard pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles déjà amorties sur leur marché intérieur

Le développement de la TNT passe donc par un engagement clair et pluriannuel des pouvoirs publics en faveur de ce nouveau mode de diffusion, engagement impliquant un soutien financier au service public pour la création de nouvelles chaînes TNT attractives (le service public doit être le moteur de la TNT) et la libération de nouvelles ressources publicitaires , en particulier celles gelées par l'interdiction de la publicité pour la grande distribution.

II) Le choix des opérateurs

L'intérêt de la création cinématographique est de voir le maximum de chaînes à péage cinéma présentes sur la TNT.
Ces chaînes qui seront soumises aux règles des services cinéma premium impliquant un niveau important et diversifié d'investissements dans la création cinématographique d'expression française et européenne sont en effet un relais de croissance indispensable au maintien d'un niveau élevé de films produits et donc d'une part de marché assurant notre nette suprématie sur l'ensemble des cinémas européens.
Il convient donc pour assurer le succès de la TNT de lui donner la meilleure exposition possible sachant que les chaînes cryptées sont les mieux à même d'exposer tous les cinémas du monde et toute la diversité du cinéma français en jouant sur l'effet de niche et la superposition des différents types de public. En outre les chaînes cinéma permettent une importante action patrimoniale en contribuant à la restauration puis à la diffusion des films les plus anciens.
Cette action a été reconnue de façon consensuelle par la réglementation des chaînes du câble et du satellite applicable au 1er janvier 2003 qui permettra aux chaînes dites de répertoire de consacrer une part de leur obligation d'acquisition de films aux dépenses de restauration.

Le niveau des obligations de ces chaînes tel qu'il devra être fixé par le CSA au-delà des pourcentages du chiffre d'affaires déjà prévus par les décrets est d'ailleurs assez facile à déterminer puisqu'il est borné par un maximum comprenant l'ensemble des obligations souscrites par Canal + et un minimum celles déjà souscrites par TPS Cinéma auxquelles s'ajouteront la clause de diversité et le minimum garanti européen figurant dans la nouvelle réglementation.

Dans cette perspective, une condition de meilleures chances de réussite serait,d'ailleurs après modification législative, de donner plus de place aux grands groupes actuels de télévision (TF1 , Canal+, M6, TPS) qui ont démontré leur savoir-faire dans le secteur et globalement leur capacité à respecter la réglementation.

En ce qui concerne les autres chaînes, le premier critère de choix du CSA doit être, à la lumière pour certains opérateurs des expériences passées, la capacité de respecter les obligations en faveur de la création qui constituent le socle de notre exception culturelle. La TNT n'a en effet d'intérêt que si elle favorise l'émergence de nouveaux opérateurs capables d'apporter une contribution significative au développement de la création.

A contrario le CSA doit écarter les candidatures des opérateurs qui ont démontré leur incapacité à s'intégrer dans le paysage audiovisuel français et qui comme le groupe AB pour la candidature de RTL9 ont déposé une demande d'autorisation tout en prétendant conserver le statut luxembourgeois qui leur permet de s'affranchir des contraintes de la réglementation française.

Annexe 2

Liste des candidats recevables

Après vérification des critères de recevabilité inscrits dans l'appel aux candidatures du 24 juillet 2001, le CSA a retenu 66 des 70 dossiers qui ont été déposés pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusés par voie numérique terrestre.

Il s'agit, par ordre de dépôt, des dossiers suivants :

SERVICES GRATUITS

SERVICES	**SOCIETE EDITRICE**
Télé Sénior	Cofites (SA)
Sun TV	Sun TV (SARL)
At-Sky	At-Sky (SAS)
Post	Post (SAS)
Néo	Néo (SAS)
Mix	Mix (SAS)
Domino	Domino (SAS)
Tooka	Tooka (SAS)
DO TV	DO TV (SAS)
TF1	Télévision française 1 (SA)
Shopping Avenue	Euroshopping (SCS)
TMC	Télé Monte-Carlo (SA)
NT1	NT1 (SAS)
Ici TV	Ici TV (SAS)
Direct 8	Bolloré (SA)
Club Téléachat	Club Téléachat (SNC)
M6	Métropole Télévision (SA)
M6 Music	EDI TV (SNC)
NRJ TV	NRJ TV (SARL)
My NRJ	NRJ 2 (SARL)
IMCM	MCM (SA)
Guide TV	Guide TV (SA)
TFJ	Télévision française juive (SA)
Télé Générations	ETV Média (SA)
KTO	SITC (SAS)
Everyday TV	MTG France (SASU)

SERVICES PAYANTS

SERVICES	**SOCIETE EDITRICE**
e-vizion	Hydrex Studio (association)
TOA	TOA (SAS)
Canal J	Canal J (SA)
Equidia	Equidia (SASU)
AB1	AB1 (SAS)
Jules TV	Jules TV (SAS)
Terra Nova	Terra Nova (SAS)
Histoire	Histoire (SA)
Fox Kids	Fox Kids France (SARL)
TV Breizh	TV Breizh (SA)
ZALEA TV	ZALEA TV (association)
Eurosport	Eurosport France (SA)
LCI	La Chaîne Info (SCS)
Paris Première	Paris Première (SA)
Festival	France Télé Films (SA)
Odyssée	Société d'exploitation documentaire Odyssée (SCS)
Canal +	Canal + (SA)
Canal + Jaune	Canal + (SA)
Sport +	Sport + (SNC)
i-Télévision	SESI (SNC)
13ème Rue	Universal Studios Channels France (SAS)
Maison H	Maison H (SAS)
Nature TV	Nature TV (SAS)
Télétoon	TPS Jeunesse (SNC)
TF6	TF6 (SCS)
Voyage	Voyage (SAS)
Comédie	Société d'exploitation de la Chaîne Comédie (SA)
Cuisine TV	Cuisine TV (SNC)
TPS Star	TPS Star (SNC)
TPS Cinéfaz	TPS Cinéfaz (SNC)
TPS Cinétoile	TPS Cinétoile (SNC)
Téva	SEDI TV (SNC)
Fun TV	Fun TV (SNC)
L'Equipe TV	L'Equipe TV (SA)
Planète	Planète Câble (SA)
Cinécinémas	Ciné Cinéma Câble (SAS)
Match TV	Match TV (SA)
Privilège TV	Finch (SAS)
Alliance TV	Alliance (association)
RTL 9	RTL 9 SA & Cie (SECS)

Annexe 3

Sources bibliographiques

- Rapport de Jérôme Gallot, directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, au ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie *: La Télévision numérique terrestre : enjeux et modalités de la mise en œuvre au regard des règles de la concurrence, notamment au travers de la question de la distribution* (février 2002).

- Etude du BIPE pour la Commission européenne (Direction Générale Société de l'information) : *La migration numérique en Europe – Vers la télévision et la radio numériques* (13 mai 2002).

- Etude interne CSA (2002).

- Les Dossiers de l'Audiovisuel n° 98 juillet-août 2001, *Quel avenir pour la télévision numérique terrestre ?*, INA , Documentation française.

- Etude Ecran Total, Serge Siritzky : *Clés pour le numérique terrestre* (juillet 1999).

- Articles de presse lesquels :

  « Cinq problèmes à résoudre impérativement avant de déployer la TNT », Ecran Total n°423, 19 juin 2002.
  « La télévision numérique terrestre remise en question », le Figaro économie, 12 juin 2002.
  « Front commun contre la TNT », le Figaro économie, 17 juin 2002.